

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Strategi Komunikasi Publik

##### 1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah kegiatan yang sudah biasa dilakukan manusia sehari-hari. Dengan komunikasi individu akan memahami individu yang lain dan tercapailah suatu tujuan yang ingin dilakukan sesuai dengan isi komunikasi. Komunikasi dikenal sebagai tanggapan dari proses simbolik tertentu. Di dalam sebuah komunikasi ada yang disebut dengan komunikator, yaitu pelaku atau orang yang menyampaikan isi komunikasi. Lalu ada juga yang disebut dengan komunikan, yaitu seseorang yang menerima isi komunikasi yang disampaikan oleh komunikator atau disebut juga sebagai target komunikasi. Inti utama dari komunikasi terletak dalam proses komunikasinya yaitu sebuah aktivitas dalam hal melayani hubungan antara pengirim pesan dan penerima pesan melampaui ruang dan waktu.<sup>1</sup> Penguatan pesan dirancang agar person terdorong untuk mengubah tingkah lakunya. Mengurangi berlangsungnya tingkah laku yang tidak diinginkan. Faktor yang melatarbelakangi munculnya teori ini adalah perilaku individu sangat dipengaruhi oleh

---

<sup>1</sup> Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), 1.

lingkungannya, dan perilaku dibentuk dan diubah sebagai hasil dari komunikasi dengan lingkungannya.<sup>2</sup>

Komunikasi yang dilakukan oleh manusia itu dapat dipahami dan dapat dimengerti sebagai sebuah interaksi antar pribadi melalui suatu pertukaran simbol *linguistic*, misalnya simbol verbal dan non verbal.<sup>3</sup>

Komunikasi memiliki beberapa level dilihat dari target yang dituju. Salah satu level dalam komunikasi adalah komunikasi publik atau massa.

Komunikasi ini merupakan level komunikasi terbesar, dimana komunikasi tersebut ditujukan kepada khalayak atau publik yang memiliki jumlah banyak.

## 2. Pengertian Komunikasi Publik

Judy Pearson dan Paul Nelson (2009) mendefinisikan komunikasi publik atau *public speaking* sebagai proses menggunakan pesan untuk menimbulkan kesamaan makna dalam sebuah situasi dimana seorang sumber mentransmisikan sebuah pesan ke sejumlah penerima pesan yang memberikan umpan balik berupa pesan atau komunikasi non verbal dan terkadang berupa tanya jawab.<sup>4</sup>

Adapun tujuan komunikasi publik adalah untuk menyediakan informasi kepada khalayak sasaran dan untuk meningkatkan kepedulian dan

---

<sup>2</sup> Bustanul Arifin, "Model Komunikasi Islam", *Jurnal IAIT Kediri*, 29, 1 (2018): 139.

<sup>3</sup> Teddy Dyatmika, *Ilmu Komunikasi* (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020), 1.

<sup>4</sup> Wahyu Srisadono, "Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter", *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1, 2 (September, 2018): 214.

mempengaruhi sikap atau perilaku khalayak sasaran.<sup>5</sup> Sehingga lebih spesifiknya, komunikator menyampaikan suatu informasi yang merupakan isi dari komunikasi yang mana informasi tersebut ditujukan kepada sejumlah orang yang menjadi target sasaran komunikasi agar sasaran tersebut menjadi komunikan yang mendapat pengaruh tertentu dari informasi yang disampaikan oleh komunikator. Informasi dari komunikasi tentunya sudah ditentukan lebih awal oleh komunikator begitu juga dengan proses penyampaiannya agar tujuan komunikasi secara khusus dapat terlaksana yakni adanya kesamaan inti pemahaman dari sejumlah individu yang masuk ke dalam target sasaran.

Dalam komunikasi publik, sumber menyesuaikan pesan yang dikirimkan kepada penerima pesan dalam rangka untuk mencapai pemahaman yang maksimal. Terkadang, secara virtual penerima pesan dapat memahami pesan yang disampaikan oleh sumber pesan atau bahkan tidak mengerti sama sekali.<sup>6</sup> Komunikator sebagai sumber pesan perlu memperhatikan proses penyampaian pesan seperti penggunaan bahasa, pemilihan frasa, pelafalan dan ekspresi tepat agar makna yang dihasilkan sesuai dengan apa yang ditentukan sebagai tujuan penyampaian pesan. Cara-cara penyampaian pesan dalam

---

<sup>5</sup> Wahyu Srisadono, "Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 Dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter", *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1, 2 (September, 2018): 214.

<sup>6</sup> Srisadono, "Komunikasi Publik Calon Gubernur Provinsi Jawa Barat 2018 dalam Membangun Personal Branding Menggunakan Twitter", *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1, 2 (September, 2018): 214.

berlangsungnya komunikasi juga menentukan pemahaman target sebagai penerima pesan.

Komunikasi publik mengarah pada kegiatan praktik promosi atau mencari dukungan dengan menerapkan strategi komunikasi dengan teori tertentu yang mempengaruhi sasaran komunikasi, yaitu khalayak luas melalui teknik atau langkah-langkah yang telah diatur dan dapat diukur. Dalam komunikasi publik, secara tidak langsung menunjukkan peran penting *public speaking* dalam berbagai bidang kehidupan. *Public speaking* masuk ke dalam strategi komunikasi yang mana berkaitan dengan keterampilan berbicara dan menyampaikan sesuatu pesan atau informasi kepada khalayak luas sebagai sasaran penerima pesan atau informasi tersebut.

### **3. Pengertian Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi merupakan bentuk penentuan yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu kegiatan komunikasi secara efektif, yang mana dalam strategi komunikasi terdapat perpaduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang ditetapkan sebelumnya. Seorang pakar perencanaan komunikasi, Middleton membuat definisi dengan menyatakan “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan

komunikasi yang optimal”.<sup>7</sup> Tidak dipungkiri jika dalam berkomunikasi perlu diterapkannya sebuah strategi. Agar seseorang tidak salah dalam melakukan sebuah strategi, maka perlu pula adanya pemahaman dan pembelajaran dari sebuah strategi yang mungkin sudah pernah dilakukan atau diterapkan oleh komunikator lain.

Melalui strategi yang dilakukan, diharapkan sebuah komunikasi dapat mencapai tujuannya. Strategi merupakan langkah efektif dalam komunikasi yang diperlukan agar tidak mengalami kesalahan pemahaman pada sebuah komunikasi, atau komunikasi mengalami tujuan yang tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Sehingga dalam komunikasi biasanya menggunakan suatu bahasa atau simbol lain yang maknanya telah disepakati secara umum. Komunikasi akan mencapai tujuannya apabila semua yang masuk ke dalam bagian komunikasi itu saling memahami makna yang sama mengenai simbol yang digunakan dalam komunikasi tersebut. Strategi komunikasi publik berarti suatu bentuk penentuan keberhasilan dalam proses komunikasi yang ditujukan kepada khalayak

---

<sup>7</sup> Aditya Prasanda Ramadhani, “Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon dalam Memberikan Informasi *Terupdate* Seputar Kota Cilegon”, (Skripsi, Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2022), 6.

baik melalui media atau pun tanpa menggunakan media. Sehingga komunikasi publik dapat berlangsung secara efektif.

Keberhasilan dalam strategi komunikasi tidak lepas dari pernyataan Harold Lasswell menyatakan bahwa cara terbaik dalam menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “*who say what, in which channel, to whom, with what effect?*” (siapa yang mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan efek seperti apa).<sup>8</sup> Lima unsur tersebut merupakan paradigma keberhasilan komunikasi, berikut penjelasannya:

- a. Komunikator (*who*) seseorang yang menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak.
- b. Pesan (*say what*) pesan atau informasi apa yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak banyak.
- c. Media (*channel*) sebuah saluran komunikasi atau wadah yang berisikan suatu informasi dari komunikator untuk komunikan.
- d. Komunikan (*to whom*) individu yang menerima pesan atau informasi dari komunikator.
- e. Efek (*with what effect*) sebuah reaksi dari komunikan terhadap pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator.

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi publik yang dimaksud yaitu membahas mengenai suatu cara, pengaturan, manajemen yang

---

<sup>8</sup> Aditya Prasanda Ramadhani, “Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon dalam Memberikan Informasi *Terupdate* Seputar Kota Cilegon”, (Skripsi, Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2022), 6-7.

diterapkan dalam kegiatan komunikasi publik yang dilakukan oleh akun Instagram @someabout.rem. Strategi diterapkan agar mencapai suatu tujuan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak publik dengan hasil pemahaman yang sama atas proses penyampaian pesan yang dilakukan.

## **B. Pengenalan Budaya**

Ada dua pengertian saling terkait mengenai kata budaya (*culture*) yang bisa dijadikan pijakan, terutama bila melihat ke gagasan Raymond Williams yang berpengaruh, yakni budaya dalam arti sempit atau spesifik (sebagai praktik ekspresi kreatif, estetis, dan intelektual) dan budaya dalam arti luas atau umum (keseluruhan cara hidup).<sup>9</sup> Budaya adalah “suatu cara hidup yang berkembang, dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi”. Budaya terwujud dalam bentuk artefak, pola perilaku, sistem gagasan, dan ideologi. Jika budaya tersebut memiliki kemampuan menghadapi pengaruh kebudayaan asing pada waktu kedua kebudayaan itu berhubungan, maka hal itu disebut sebagai kearifan lokal. Menurut Radmila (2011), kemampuan budaya ini dapat muncul karena masyarakat setempat memiliki pemikiran-pemikiran atau ide-ide yang mengandung nilai-nilai kebijaksanaan, kearifan, dan kebaikan yang terinternalisasi secara turun-temurun dan mentradisi.

---

<sup>9</sup> Idi Subandy Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 3.



Warisan budaya, menurut Davidson, diartikan sebagai produk atau hasil budaya fisik dari tradisi-tradisi yang berbeda dan prestasi-prestasi spiritual dalam bentuk nilai dari masa lalu yang menjadi elemen pokok dalam jati diri suatu kelompok atau bangsa. Jadi warisan budaya merupakan hasil budaya fisik (*tangible*) dan nilai budaya (*intangible*) dari masa lalu. Nilai budaya dari masa lalu (*intangible heritage*) inilah yang berasal dari budaya-budaya lokal yang ada di Nusantara, meliputi tradisi, cerita rakyat dan legenda, bahasa ibu, sejarah lisan, kreativitas (tari, lagu, drama pertunjukan), kemampuan beradaptasi dan keunikan masyarakat setempat. Kata lokal disini tidak mengacu pada wilayah geografis, khususnya kabupaten/kota, dengan batas-batas administratif yang jelas, tetapi lebih mengacu pada wilayah budaya yang seringkali melebihi wilayah administratif dan juga tidak mempunyai garis perbatasan yang tegas dengan wilayah budaya lainnya.<sup>10</sup>

Budaya memiliki berbagai macam jenis. Suyadi (2019) menyebutkan keanekaragaman budaya terdiri dari cagar budaya, prasarana budaya, pakaian adat, upacara adat, pariwisata alam, permainan tradisional, warisan budaya, museum, kerajinan dan seni (tari), desa, legenda (cerita), lembaga budaya, makanan budaya, wayang, dan terakhir transportasi tradisional. Di suatu tempat dengan tempat lainnya pasti memiliki perbedaan jenis dari macam-macam budaya tadi. Perbedaan itulah yang menjadi ciri khas dan kemudian dikenal sebagai identitas daerah asal budaya asli tersebut.

---

<sup>10</sup> Agus Dono, "Budaya Lokal sebagai Warisan Budaya dan Upaya Pelestariannya", 1.



Keanekaragaman budaya dari suatu bangsa yang sangat mudah dikenali sebagai identitas suatu masyarakat ialah makanan/kuliner.<sup>11</sup> Suatu daerah atau wilayah mudah dikenal oleh masyarakat dengan kuliner yang khas dan asli dari daerah tersebut. Seperti contoh seorang wisatawan dari luar daerah yang akan lebih mudah mengingat makanan/ kuliner khas dari daerah yang dikunjunginya.

Dissanayake (2003) menyebutkan bahwa budaya tanpa komunikasi tidak dapat bernapas. Semua jenis proses komunikasi pun terjadi dalam konteks-konteks budaya. Bahkan Hall mengatakan bahwa “*communication is culture, culture is communication*”.<sup>12</sup> Sehingga budaya dan komunikasi memiliki hubungan dan saling berkaitan. Budaya suatu kelompok jika tidak dituturkan melalui komunikasi maka generasi selanjutnya tidak akan ada yang mengenalnya. Dalam kegiatan komunikasi sehari-hari pun menciptakan sebuah kebiasaan yang menjadi suatu budaya di daerah tertentu. Termasuk yang paling utama menjadi kebiasaan masyarakat yaitu bahasa daerah yang sering dipakai. Menurut Kridalaksana dan Djoko Kentjono, bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer yang digunakan oleh para anggota kelompok sosial untuk bekerja sama, berkomunikasi, dan mengidentifikasi diri dengan fungsi utama bahasa sebagai alat komunikasi

---

<sup>11</sup> Syartika Sri Wahyuni, Delfi Eliza, “Pengembangan Informational Book untuk Pengenalan Budaya Minangkabau melalui Makanan Khas Pesisir Selatan”, *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6, 5 (2022): 4604.

<sup>12</sup> Rachmat Kriyantono, Halimatus Sa’diyah, “Kearifan Lokal dan Strategi Komunikasi Public Relations di BUMN dan Perusahaan Swasta”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15, 2 (2018): 171.

antar manusia.<sup>13</sup> Melalui bahasa yang dimiliki suatu daerah tertentu, kelompok masyarakat akan lebih mudah dalam mencapai tujuan tertentu dalam kegiatan di hidupnya.

Keragaman budaya Indonesia merupakan modal yang sangat penting bagi suatu bangsa khususnya generasi muda penerus bangsa, namun tidak sedikit pelajar yang tidak mengetahui keragaman budaya dari bangsanya sendiri.<sup>14</sup> Sedangkan yang berwenang menjaga dan melestarikan budaya daerah adalah masing-masing masyarakat daerah di Indonesia. Termasuk generasi muda penerus bangsa perlu mengetahui budaya yang telah ada sejak generasi sebelumnya. Melalui pendidikan budaya yang didapati generasi muda Indonesia akan lebih mengenal budaya asli daerahnya.

Budaya pasti tercipta dalam suatu kelompok masyarakat yang menempati suatu daerah tertentu. Melalui kegiatan yang kerap kali dilakukan oleh orang-orang tentunya membentuk suatu kebiasaan hingga disebut sebagai budaya masyarakat. Begitu juga dengan suatu bangsa yang memiliki budaya yang menjadi ciri khas dan membedakan dengan bangsa lain. Budaya merupakan sesuatu yang sudah semestinya dijaga, dilestarikan dan dikembangkan dalam kehidupan suatu bangsa. Pemberlakuan ini akan menjadikan suatu budaya tetap ada meskipun waktu terus berlalu hingga generasi selanjutnya mengetahui budaya asli yang dimilikinya dan sudah ada

---

<sup>13</sup> Winda Br Barus, Rudiansyah, "Sarana Perkembangan Bahasa dan Pengenalan Budaya Tiongkok di Era Digital", *Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa dan Sastra (SELASAR)*, 5 (2021): 216.

<sup>14</sup> Hendra Gunawan et.al., "Rancang Bangun Media Pembelajaran Pengenalan Ragam Budaya Indonesia Berbasis Android", *Jurnal Algoritma*, 17, 1 (2020): 82.

sejak zaman nenek moyangnya. Salah satu persoalan serius sebuah bangsa adalah luntur dan terasingnya budaya aslinya dari bangsa itu sendiri.<sup>15</sup> Budaya asli bangsa Indonesia yang terus dijaga dan dilestarikan tentunya akan terus mengalir seiring pergantian zaman. Dengan adanya kepedulian terhadap pelestarian budaya asli daerah masing-masing, bangsa Indonesia akan terhindar dari dampak dan pengaruh globalisasi yang dapat mengancam budaya asli dan mengalihkan ke budaya asing.

Di Indonesia, pendidikan mengenai ragam budaya bisa didapatkan di sekolah dengan sebagian besar hanya disajikan dengan jatah yang sedikit. Selain itu, pelajar sebagai pemuda generasi penerus hanya mempelajari ragam budaya dengan buku sehingga pemuda kurang menarik minat untuk mempelajarinya. Pendidikan mengenai budaya yang diterapkan di sekolah merupakan salah satu upaya dalam kegiatan mengenalkan budaya kepada generasi muda. Dengan adanya kelemahan atas upaya pengenalan budaya yang diterapkan di lingkungan sekolah, tentunya ada upaya lain baik secara langsung ataupun tidak langsung suatu kegiatan mengenalkan budaya suatu daerah.

Pengenalan budaya dilakukan dengan rangkaian penuturan dari seseorang atau kelompok orang yang memiliki pengetahuan tentang budaya asli secara khusus dan secara luas. Target penuturan tersebut yaitu seseorang atau beberapa golongan yang belum mengerti tentang suatu budaya yang

---

<sup>15</sup> Winarno Darmoyuwono et.al., "Implementasi Portal Pengenalan Budaya Indonesia iBudaya.id", *Prosiding PKM-CSR*, 3 (2020): 52.

dibahas. Atau kepada orang dan golongan yang sudah mengerti namun belum memiliki pengetahuan dan wawasan secara lebih luas dan terperinci. Melalui sebuah komunikasi antara kedua pihak, diharapkan memiliki manfaat atas berkembangnya pengetahuan dan wawasan generasi penerus mengenai budaya asli yang dimiliki daerahnya sendiri.

Pengenalan budaya merupakan suatu tindakan yang ditujukan agar sasaran bisa mengetahui tentang nilai dan ciri khas yang membedakan sesuatu dengan sesuatu yang lain. Dengan demikian, pengenalan budaya yang dituju berfokus pada pengenalan budaya pada suatu daerah atau disebut sebagai budaya lokal. Pengenalan budaya berarti upaya menjaga keutuhan sifat asli dari suatu budaya, mengenal budaya asli, dan menghindari lunturnya nilai-nilai suatu budaya atas ancaman budaya asing yang masuk dengan mudah. Upaya mengenalkan budaya dilakukan secara langsung atau melalui media tertentu dengan sifat yang lebih mudah diterapkan dan memiliki potensi keberhasilan suatu tujuan yang lebih mengarah dan dapat diterima oleh target kalangan yang lebih universal. Dalam penelitian ini pengenalan budaya lebih berfokus pada kegiatan yang tidak secara langsung dan melalui komunikasi dalam sebuah media.

## **C. Media Sosial Instagram**

### **1. Media Sosial**

Di era yang semakin maju, semua yang ada di dalam kehidupan menawarkan segala versi instannya. Tidak terkecualikan dengan kegiatan

terpenting sosial manusia, yaitu interaksi sosial. Kehadiran media massa, seperti surat kabar, radio, televisi dan internet, sebagai komunikasi abad modern telah berpengaruh luas.<sup>16</sup> Teknologi yang semakin maju membawa kemudahan bagi setiap orang untuk hanya memanfaatkan media massa terutama sosial media sebagai sarana bertukar informasi, bertegur sapa, dan berbagai kegiatan interaksi lainnya. Aktivitas mempresentasikan diri, saling mengenal ataupun menambah teman baru dari segala penjuru dunia tidak lagi harus menentukan batasan waktu dan tempat. Dengan memanfaatkan media sosial, setiap individu atau kelompok dapat dengan mudah merealisasikan segala kegiatan hubungan sosial tanpa batasan ruang, waktu dan tempat. Perkembangan teknologi ini juga karena peran masyarakat pula yang membantu. Masyarakat membentuk teknologi sesuai dengan kebutuhan, nilai dan minat akan menggunakan teknologi tersebut.<sup>17</sup> Lahirnya media sosial akibat perkembangan teknologi yang signifikan saat ini menciptakan adanya istilah masyarakat virtual. Kemunculan media sosial sebagai *new media* membawa banyak pengaruh dalam kehidupan masyarakat. Dampak yang baik maupun membahayakan tidak dapat terelakkan atau dibendung dengan mudah. Pengaruh besar bagi pengguna media sosial juga disebabkan karena banyaknya pula kebutuhan masyarakat untuk memanfaatkan media. Media telah menjadi sarana utama bagi

---

<sup>16</sup> Bustanul Arifin, "Dakwah Cybermedia", *Jurnal IAIT Kediri*, 26, 1 (Januari 2015): 201.

<sup>17</sup> Sari Anjani, Irwansyah, "Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencer in Communicating Messages using Instagram)", *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*, 16, 2 (2020): 205.

kebanyakan dari kita untuk mengalami dan belajar tentang berbagai aspek dunia di sekitar kita.<sup>18</sup> Tuntutan batasan ruang dan waktu mengharuskan sebagian besar masyarakat untuk memanfaatkan media sosial. Kapasitas besar penggunaan sudah seperti kebutuhan sehari-hari yang tidak bisa dihindari dan merasakan pengaruh penggunaannya.

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial dikenal dengan media berbasis internet sebagai sarana berkomunikasi secara tidak langsung dan sebagai media berbagi antar pengguna. Melalui media sosial, seorang pengguna bisa dengan mudah berinteraksi dengan khalayak yang luas. Media sosial merupakan platform media yang memperkuat hubungan sosial dengan penggunanya. Media sosial sebagai media online yang mempromosikan aktivitas dan kolaborasi pengguna yang fokus pada kehadiran pengguna. Michael Haenlein dan Andreas Kaplan mengartikan media sosial sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologis dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna".<sup>19</sup>

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya

---

<sup>18</sup> Idi Subandy Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 1.

<sup>19</sup> Tape, Dian Novita Kristiyani, "Strategi Komunikasi Pemasaran PT. Valbury Asia Futures Semarang dalam Membangun Citra Positif melalui Media Sosial Instagram", *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1, 2 (2022): 213.



maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerja sama (*cooperation*).<sup>20</sup> Media sosial mempermudah informasi tersebar tanpa batasan ruang dan waktu. Seorang pemilik akun dalam media sosial juga mendapat kesempatan untuk mengirimkan informasi tentang berbagai hal sesuai dengan yang diinginkan. Informasi dan segala hal yang didapatkan media sosial berasal dari berbagai sumber melalui sebuah berita atau fitur-fitur lainnya. Informasi tersebut bisa masuk ke dalam ranah populer dalam situs tertentu secara tidak langsung di media sosial. Platform ini telah menjadi salah satu media dengan berbagai fungsi dan tujuan. Seperti media edukasi ataupun sebagai media hiburan massa. Tidak hanya sebagai media untuk berkomunikasi, kini media sosial sudah menjadi media untuk menuangkan kreatifitas.<sup>21</sup> Tidak menyia-nyiakan kesempatan dalam kemudahan yang ditawarkan pada masa sekarang. Orang-orang kreatif akan menuangkan ide menariknya ke dalam media sosial. Dengan demikian, pengaruh baik dapat diperoleh seseorang yang memanfaatkan media sosial dengan baik pula.

---

<sup>20</sup> Aditya Prasanda Ramadhani, "Strategi Komunikasi Akun Instagram @beritacilegon dalam Memberikan Informasi Terupdate Seputar Kota Cilegon", (Skripsi, Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2022), 7.

<sup>21</sup> Thoriq Ramadani, "Pengelolaan Komunikasi Publik", *Jurnal Good Governance*, 15, 1 (2019): 12.



b. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial, antara lain:

- 1) Jaringan (*network*)
- 2) Informasi (*information*)
- 3) Arsip (*archive*)
- 4) Interaksi (*interactivity*)
- 5) Simulasi sosial (*simulation of society*)
- 6) Konten oleh pengguna (*user generated content*).

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Dalam buku yang berjudul Media Sosial (Nasrullah, 2015:39) ada enam kategori besar media sosial.

1) Social Networking

*Social networking* merupakan sarana yang dapat digunakan untuk melakukan interaksi, termasuk efek yang dihasilkan dari interaksi tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial yaitu penggunaanya membentuk jaringan pertemanan baru. Contoh dari jaringan sosial adalah Facebook dan Instagram.<sup>22</sup>

2) Blog

Blog adalah media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah kegiatan sehari-hari, memberikan komentar dan

---

<sup>22</sup> Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", *Jurnal Common*, 3, 1 (2019): 72.

berbagi dengan pengguna lain, seperti berbagi tautan web, informasi, dan sebagainya.<sup>23</sup>

### 3) Microblogging

Microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mengunggah kegiatan serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu yaitu maksimal 140 karakter.<sup>24</sup>

### 4) Media Sharing

Media sosial ini memungkinkan penggunanya untuk berbagi dan menyimpan media, seperti dokumen, video, audio, gambar secara online. Contoh dari media sosial ini yaitu Youtube, Flickr, Photo-bucket, atau Snapfish.<sup>25</sup>

### 5) Social Bookmarking

Penanda sosial yaitu media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan juga mencari suatu informasi atau berita secara online.<sup>26</sup>

### 6) Wiki

Wiki atau media konten bersama merupakan sebuah situs di mana kontennya merupakan hasil dari kolaborasi para pengguna. Setiap

---

<sup>23</sup> Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

<sup>24</sup> Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

<sup>25</sup> Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

<sup>26</sup> Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

pengguna web dapat mengubah atau menyunting sebuah konten yang sudah dipublikasi.<sup>27</sup>

Sosial media menjadi pilihan banyak orang karena begitu banyak kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan. Jumlah populasi Negara Indonesia sebanyak 256,4 juta orang sebanyak 130 juta orang atau sekitar 49 persen diantaranya merupakan pengguna aktif media sosial.<sup>28</sup> Kemudahan dalam menjalankan suatu tujuan menjadi sangat dibutuhkan dan menarik bagi kebanyakan orang, seperti berbagi gambar, foto, tulisan, atau video dengan tampilan menarik bisa dengan mudah dilakukan oleh pengguna media sosial.

Tren baru di era *new media* saat ini tidak dapat dibendung lagi. Kaum muda hingga tua tidak melewatkan berbagai kemudahan atas penggunaan berbagai macam fungsi media sosial yang semakin berkembang. Kegiatan yang sudah biasa terjadi dalam kehidupan, yaitu rangkaian kegiatan komunikasi bisa dilakukan oleh seluruh masyarakat penjurus dunia melalui berbagai platform media sosial, seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan Tiktok. Dunia *marketing*, edukasi, dan hiburan masyarakat dapat dilakukan dengan virtual melalui media sosial yang telah disebutkan tadi. Media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter punya banyak pengguna di Indonesia. Mengutip data *We are Social* dari Statista.com, pada kuartal ketiga 2018, empat

---

<sup>27</sup> Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

<sup>28</sup> Puspitarini, Nuraeni, Pemanfaatan Media Sosial, 72.

media sosial tersebut termasuk media sosial dengan jumlah penetrasi terbesar.<sup>29</sup>

Pengaruh media sosial sangat berdampak pada jutaan masyarakat di dunia. Media sosial yang ada mampu merubah paradigma berkomunikasi tanpa ada batasan jarak, waktu, dan ruang. Bisa terjadi kapan saja, dimana saja dan tanpa harus dilakukan secara langsung atau tatap muka. Beberapa pendekatan ada yang memandang media sebagai pembentuk (*constructors* atau *shapers*), yakni keyakinan bahwa isi yang disebarkan oleh media memiliki kekuatan untuk memengaruhi masa depan masyarakat.<sup>30</sup> Perubahan pola perilaku dan pola pikir masyarakat juga dapat ikut terpengaruh oleh adanya media sosial yang sudah membudaya di kalangan masyarakat. Banyak konsekuensi yang akan muncul atas kemudahan-kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial. Sebagai contoh, semakin mudah terbukanya tiap individu sebagai pengguna media memiliki kesempatan untuk mengemukakan pendapat mereka pada media sosial. Cara berkomunikasi pengguna media sosial hingga saat ini telah mengubah pandangan dan memberi kesempatan kepada para penggunanya untuk memberikan suara atau pendapat. Selain itu pengguna bebas membuat konten yang unik dan berbeda yang dapat dengan mudah memberi pengaruh atau suatu dorongan terhadap penikmat konten yang disajikan di media sosial Instagram.

---

<sup>29</sup> Jefferly Helianthusonfri, *Belajar Social Media Marketing* (Jakarta: Gramedia, 2019), 6.

<sup>30</sup> Idi Subandy Ibrahim, Bachruddin Ali Akhmad, *Komunikasi dan Komodifikasi: Mengkaji Media dan Budaya dalam Dinamika Globalisasi* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2014), 3.

Mempertahankan sesuatu yang asli atas kemudahan pengaruh media sosial dalam menciptakan suatu perubahan akan menjaga kebiasaan yang perlu dijaga.

## 2. Instagram

Media sosial Instagram merupakan media yang paling sering digunakan oleh seseorang yang ingin berinteraksi dengan pengikutnya melalui fitur *like* atau komentar. Berdasarkan informasi yang dimuat dalam wartakota, Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan jumlah pengguna aktifnya mencapai 45 juta orang dari total pengguna global yang berjumlah 700 juta orang.<sup>31</sup> Instagram lahir di tahun 2010, yang merupakan sebuah aplikasi *mobile* yang dapat diakses melalui *mobile* ataupun web.<sup>32</sup> Terobosan baru terus dilakukan oleh Instagram sebagai jejaring sosial berbasis foto dan video dengan menyediakan banyak fitur yang terus berkembang dari masa ke masa. Tidak hanya berhenti pada gaya awal Instagram dikeluarkan. Namun, dari waktu ke waktu, aplikasi Instagram semakin menambah nilai fungsi bagi masyarakat virtual sebagai *user*nya. Yang awalnya satu fungsi utama yang menonjol, kemudian dikembangkan dengan pilihan lain yang tidak kalah menarik dan semakin menambah minat orang untuk bergabung ke dalam pengguna Instagram.

---

<sup>31</sup> Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House)", *Jurnal Common*, 3, 1 (2019): 72.

<sup>32</sup> Sari Anjani, Irwansyah, "Peranan Influencer dalam Mengkomunikasikan Pesan di Media Sosial Instagram (The Role of Social Media Influencer in Communicating Messages using Instagram)", *POLYGLOT: Jurnal Ilmiah*, 16, 2 (2020): 205.

Saat ini, Instagram merupakan salah satu media yang paling populer. Di tahun 2019, menurut data terbaru Facebook, Indonesia merupakan negara terbesar pengguna Instagram di Asia Pasifik dan juga Indonesia juga jadi 1 dari 5 negara dengan profil Instagram bisnis terbanyak.<sup>33</sup> Kemungkinan di tahun ini pengguna Instagram semakin bertambah bersamaan dengan fitur Instagram yang terus diperbarui. Maraknya pemanfaatan akun bisnis pada aplikasi Instagram juga dimanfaatkan baik oleh banyak oknum pebisnis yang tidak mau mengabaikan peluang besar dunia bisnis virtual yang juga dapat meningkatkan pengaruhnya dalam bisnis di dunia nyata.

Instagram yang dikenal dengan *social networking* sebagai media berbagi gambar atau video kualitas baik dengan fitur efek yang dimiliki dan mengirimnya dalam waktu cepat memiliki beberapa menu utama.

- a. *Home Page*, bagian ini merupakan halaman utama pada Instagram yang berisi unggahan foto atau video dari pengguna Instagram yang telah diikuti (*following*) dan beberapa unggahan populer atau yang disarankan oleh Instagram untuk dilihat oleh pengguna.
- b. *Explore*, menu ini berisi foto dan video yang dibagikan oleh pengguna Instagram dan masuk ke kategori unggahan populer yang memiliki banyak *like*. Melalui menu Explore, pengguna Instagram bisa mengetikkan sesuatu yang ingin dicarinya berkaitan dengan akun, unggahan foto atau video, *hashtag*, dan lokasi tertentu.

---

<sup>33</sup> Sari Anjani, Irwansyah, Peranan Influencer, 205.

- c. Reels, bagian ini merupakan menu terbaru berisikan video populer yang diunggah oleh semua pengguna Instagram. Di dalamnya terdapat fitur *like*, *comment*, *share*, dan pilihan lainnya.
- d. *Profile*, menu yang menampilkan foto profil, bio, sorotan, dan semua foto atau video yang telah diunggah oleh diri masing-masing pengguna.
- e. *Notification*, pemberitahuan atau *news feed* yang akan memunculkan informasi mengenai *like*, komentar, *followers* baru dan pemberitahuan lainnya.
- f. *Direct Messages*, yaitu menu yang sering dimanfaatkan untuk mengirim pesan berupa tulisan, gambar, video dengan pengguna lain di Instagram.

Instagram yang mendunia diminati banyak kalangan masyarakat, dari anak-anak hingga dewasa akan mudah terpengaruh atas konten yang dilihatnya. Proses terpengaruh atau mempengaruhi tidak bisa dihindari dalam kehidupan sehari-hari penggunanya. Seperti gaya hidup baru, hingga budaya luar yang mudah diterima melalui media sosial Instagram. Mengingat budaya asli dari tiap orang perlu ditanamkan. Selain itu, kendali diri yang dimiliki akan menjaga pengguna Instagram tetap sesuai dalam koridor. Hal demikian diperlukan sebab maraknya pemanfaatan dampak besar dari penggunaan Instagram ataupun media sosial lainnya selain bermanfaat pada tujuan tertentu, juga bisa memberi pengaruh pada budaya kehidupan seseorang. Melalui penelitian ini, peneliti mencoba



memilih salah satu akun Instagram dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh akun tersebut di setiap konten yang kemudian dikaitkan dengan pengenalan budaya Pekalongan

